

# Perancangan Interior Supermarket Golden Sweet di Kendari, Sulawesi Tenggara

Fenny Widjaja, Wibowo. Mariana dan Wondo. Dodi  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
 E-mail: fennykoo@gmail.com ; Mariana\_wibowo@petra.ac.id

**Abstrak** — Supermarket saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan dapat menjadi mejadi *trend setter / icon* dalam suatu kota, demikian halnya dengan kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Tetapi bersamaan dengan perkembangan itu pula supermarket bertumbuh semakin banyak, bahkan dalam satu kota bisa terdapat beberapa supermarket. Dengan banyaknya supermarket yang ada akan dibutuhkan satu/supermarket yang berbeda dari pada yang lain untuk menjadi icon satu kota. Selain menjadi icon, supermarket juga harus dapat menjadi fasilitator bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, tidak hanya sebagai tempat pembelian produk. Sehingga masyarakat yang datang ke supermarket dapat terpuaskan dengan fasilitas dan nuansa ruang dalamnya. Dengan menerapkan desain yang unik dan berunsur budaya lokal, selain dapat memenuhi kebutuhan sehari – hari, supermarket dengan konsep *All in One Market*, diharapkan perancangan supermarket di kota Kendari dapat menjadi *trend setter / icon* kota Kendari yang tidak meninggalkan ciri khas budaya kota Kendari. Dengan adanya data – data dan pemahaman mengenai budaya Kendari, maka perancangan *All in One Market* dapat dilakukan dengan tepat, sehingga dapat menghasilkan rancangan desain yang unik dan menjadi sebuah *icon* kota Kendari.

**Kata Kunci** — Golden Sweet, Interior, Supermarket, Sulawesi Tenggara

**Abstrac** — Supermarket is currently experiencing rapid growth, it can even be becoming a trend setter / icon in a city, as well as the city of Kendari, Southeast Sulawesi. But along with the development of the supermarket also growing more and more, even in one city, there can be a supermarket. With so many existing supermarkets will be required one / supermarket that is different from the others to be the icon of the city. In addition to icon, supermarkets should also be able to be a facilitator for the community to meet their needs, not just as a place to purchase the product. So that people who come to the supermarket can be satisfied with the facilities and feel of space inside. By applying its unique design and element of local culture, in addition to meeting basic needs - today, the supermarket with the concept of *All in One Market*, is expected to design a supermarket in the town of Kendari can be a trend setter / icon Kendari city that does not leave the typical culture of the city of Kendari. With the data - the data and understanding of the culture

of Kendari, the *All in One Market* design can be done properly, which can lead to the design of unique design and become an icon Kendari city.

**Keyword** — Golden Sweet, Interior, Design, Supermarket, South East Sulawesi

## I. PENDAHULUAN

**P**ERKEMBANGAN Kendari pada era modern saat ini sangat pesat. Dengan semakin berkembangnya era modern, kebutuhan masyarakat pun semakin beragam. Dari kebutuhan pokok hingga sekedar keinginan untuk bersantai. Tetapi dengan perkembangan itu pula waktu untuk memenuhi kebutuhan tersebut semakin berkurang. Maka mulailah muncul fasilitas – fasilitas publik yang berusaha memenuhi segala kebutuhan masyarakat Kendari.

Supermarket merupakan salah satu fasilitas publik yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Kendari. Dengan semakin berkembangnya supermarket dan semakin banyaknya kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi, diharapkan adanya fasilitas yang efektif dan efisien. Supermarket dapat menjadi salah satu fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Pada dasarnya supermarket hanya memenuhi kebutuhan pangan, tetapi dengan berjalannya waktu, supermarket mulai berubah menjadi salah satu fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan sehari – hari masyarakat luas. Dengan semakin banyaknya kebutuhan tersebut, supermarket mulai berevolusi dari pusat konsumsi menjadi gaya hidup, bukan sekedar tempat pembelian produk, melainkan tempat yang menarik untuk dikunjungi. Melihat pola masyarakat yang demikian, supermarket mulai bermunculan dengan beragam konsep untuk menarik minat masyarakat. Dengan konsep *All in One Market*, supermarket berevolusi dari hanya sekedar tempat pemenuh kebutuhan konsumsi menjadi tempat untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat, bahkan dapat juga menjadi tempat untuk bersantai.

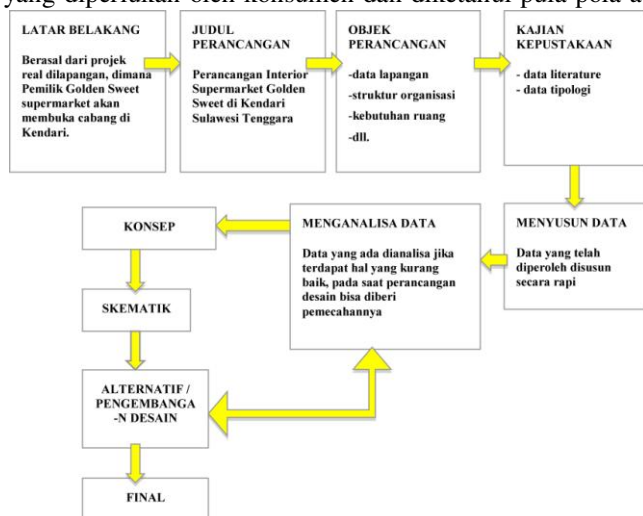
Konsep *All in One Market* dalam perancangan supermarket di kota Kendari ini, mengaplikasikan budaya kota Kendari, selain bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat kota Kendari, juga dapat turut melestarikan serta mengedukasi masyarakat mengenai budaya kota Kendari.

Dalam pengaplikasian konsep desain ini diharapkan dapat menjadi *icon / trendsetter* kota Kendari.

## II. METODE PERANCANGAN

Dalam tahap perancangan desain supermarket Golden Sweet data – data diperoleh dari data literatur dan data lapangan. Data literatur yang diperoleh berhubungan dengan *retail* yang kemudian dikhususkan ke hal – hal yang mendukung perancangan supermarket mulai dari pembagian zona supermarket dan hal – hal yang mendukung perancangan supermarket beserta standart umum yang digunakan dalam perancangan mengenai restaurant dan *boutique*. Sedangkan data lapangan diperoleh dari proyek real, dengan brand image supermarket Golden Sweet yang terletak di Pamekasan, Madura. Setelah mendapatkan data dari objek perancangan, disertakan pula data tipologi yang berfungsi sebagai data pembanding dengan supermarket Golden Sweet, yakni data supermarket Bilka dan Ranch Market. Setelah mendapatkan semua data yang diperlukan, data dipisahkan sesuai dengan jenisnya masing – masing.

Berdasarkan data – data yang terkumpul selanjutnya dapat dilakukan analisa kebutuhan terhadap konsumen dan ruang pada supermarket Golden Sweet. Sehingga dapat diperoleh skematik desain, yang meliputi *zoning grouping*, hubungan antar ruang dan sketsa ide – ide perancangan. Dengan dilakukannya analisa ini dapat diketahui kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh konsumen dan diketahui pula pola atau



Gambar. 1. Pola kerangka berpikir perancangan

sistem yang harus ada dalam supermarket, sehingga pada perancangan desain supermarket dapat diperoleh desain yang sesuai dengan konsep perancangan.

## III. URAIAN PERANCANGAN DESAIN

### A. Konsep Desain

Supermarket *Golden Sweet* ini dirancang dengan konsep *All in One Market*, dimana supermarket ini dirancang dengan

’apik’ menggunakan sentuhan nuansa modern yang dipadukan dengan budaya suku – suku dari kota Kendari dan dilengkapi dengan fasilitas – fasilitas yang cukup memadai untuk para konsumen. Sehingga supermarket *Golden Sweet* tidak hanya menjadi tempat pembelian produk saja, melainkan menjadi tempat yang nyaman bagi para konsumen untuk berbelanja dan bersantai sekaligus mengenalkan dan atau mengedukasi para konsumen mengenai budaya kota Kendari dan dapat menjadi *trend setter / icon* dari kota Kendari.

### B. Gaya dan Suasana Ruang

Nuansa yang ditampilkan pada perancangan supermarket *Golden Sweet* ini adalah nuansa modern yang mempunyai ciri khas budaya Kendari. Menggunakan bentukan yang dinamis yang dikombinasikan dengan etnik kota Kendari yang bertujuan untuk memberikan kesan supermarket khas Kendari sehingga supermarket *Golden Sweet* terkesan unik dan berbeda dengan supermarket pada umumnya.

## IV. APLIKASI KONSEP DALAM DESAIN

### A. Layout Objek Perancangan

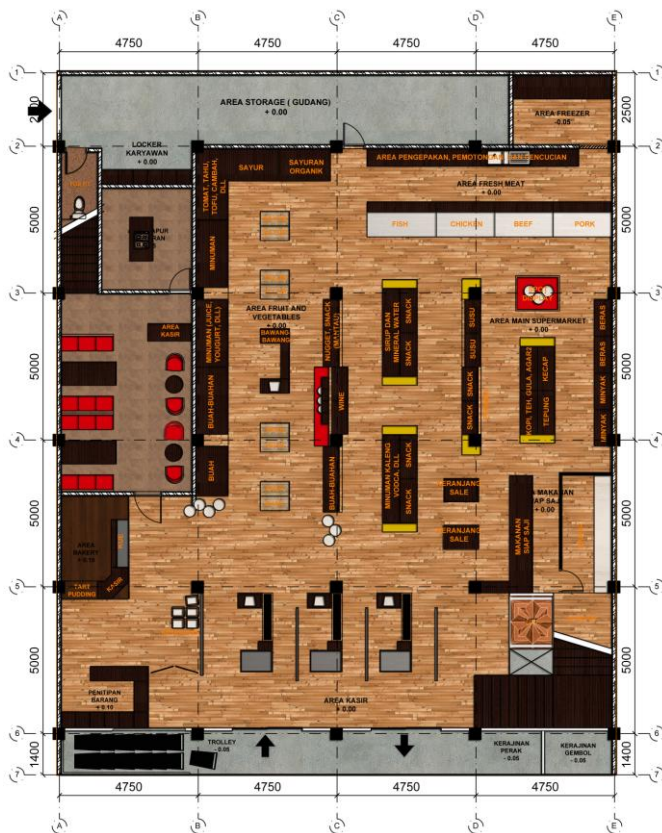
Pemilihan Perancangan Supermarket *Golden Sweet* ini diambil dari proyek nyata di lapangan yang merupakan supermarket bertingkat 3 lantai yang lokasinya berada di Kendari, Sulawesi Tenggara.

Pada pintu masuk dan pintu keluar lantai 1 Supermarket *Golden Sweet* Kendari, dibedakan menjadi dua bagian, hal tersebut dirancang sedemikian rupa sehingga menghindari terjadinya tabrakan antara orang masuk dengan orang keluar ketika membawa *trolley*. Sebab letak area *trolley* berada diluar. Penempatan area *trolley* pada bagian luar supermarket dikarenakan untuk menjaga bagian *main area* tetap *clean* dan untuk mempermudah *maintenance*. Pada *main area* Supermarket terdapat area penjualan *bakery* dan restaurant, area penjualan buah, minuman dan sayuran, daging segar, makanan siap saji, dan sebagainya.

Bentuk desain perancangan diambil dari konsep suku dan budaya kota Kendari. Aplikasi desainnya tidak secara analog, namun beberapa bentukan desain dan pemakaian material dan atau finishing-nya dibuat disesuaikan dengan ciri khas kota Kendari. Masyarakat suku di kota Kendari, mayoritas masi tinggal ‘bersama’ alam dan belum terlalu terpengaruh oleh teknologi modern, sehingga untuk pemakaian material dan atau *finishing*-nya menggunakan kayu. Selain itu terdapat beberapa spot display yang menggunakan motif kain tenun, anyaman gedhek, dan rotan. Penggunaan kain tenun sendiri merupakan salah satu ciri khas masyarakat suku di kota Kendari.

Pada supermarket *Golden Sweet*, selain memberikan nuansa khas etnik Kendari, juga perlu diperhatikan sistem pencahayaan yang optimal, penghawaan, akustik, komunikasi, sirkulasi, ergonomi, dan sistem keamanannya

Pencahayaan pada supermarket *Golden Sweet* di kota



Gambar. 2. Layout Lantai 1 Supermarket Kendari. Dengan adanya 2 pintu utama, akan memudahkan sirkulasi untuk orang masuk dan orang keluar sehingga tidak terjadi tabrakan ataupun berdesak – desakan.

Kendari, mayoritas menggunakan pencahayaan buatan, yang terdiri dari *downlight* dan *hidden lamp* untuk *general lighting* dan *spot light* untuk mengekspos area – area tertentu sehingga objek atau barang tersebut dapat terlihat lebih menarik.

Penghawaan yang digunakan menggunakan sistem AC Central, jenis *diffuser lattice* tipe *return* karena supermarket ini merupakan gedung tertutup bertingkat 3 lantai. Sistem AC Central jenis ini memungkinkan pendistribusian udara yang lebih merata dalam area supermarket. Sehingga supermarket dapat terjaga kebersihannya dan tidak pengap ataupun lembab.

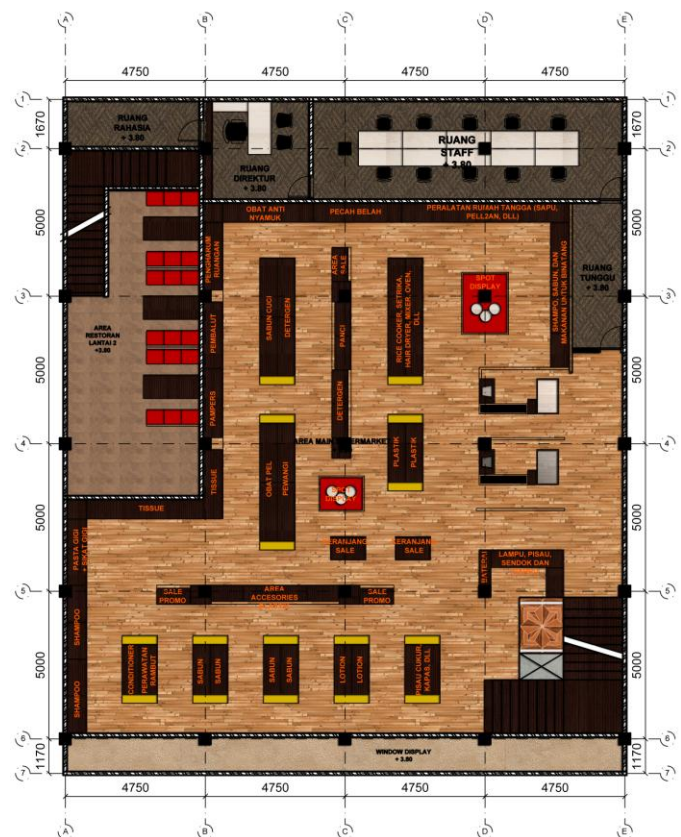
Untuk mengurangi kebisingan dari luar ruang supermarket, penggunaan gypsum yang dipadukan dengan *background noise* dapat menciptakan suasana yang tenang dan nyaman dalam supermarket. Sedangkan sistem komunikasi dalam supermarket menggunakan jaringan telepon PABX yang dapat menghubungkan antar ruang dalam supermarket, sehingga memudahkan para staff karyawan dalam berkomunikasi dalam supermarket.

Sistem keamanan supermarket selain dari pihak staff supermarket itu sendiri, penggunaan CCTV dapat sangat membantu dalam memantau setiap sudut supermarket. Untuk proteksi kebakaran menggunakan *sprinkler* dan beberapa APAR yang sudah disiapkan beberapa lokasi tertentu. Untuk mengurangi terjadinya ‘kecolongan’ dalam

supermarket, disediakan sensor *infra red* pada setiap kasir di setiap lantai

Pada supermarket lantai 2, terdapat area staff di bagian belakang dimana di dalam ruang direktur terdapat area berankas rahasia yang ditutup dengan *wall panel* sehingga tidak dapat terlihat secara langsung. Hal ini untuk menjaga keamanan data atau dokumen yang perlu dirahasiakan. Untuk area ruang staff / karyawan, dibuat secara kubikal, dikarenakan lebih mengutamakan fungsi sehingga dibuat lebih simpel dan tidak terlalu banyak menggunakan ornamen atau aksesoris. Untuk area penjualan supermarket, terdapat *non food area*, antara lain seperti alat – alat kebutuhan rumah tangga, perkakas, tissue, pembalut, sabun dan shampoo.

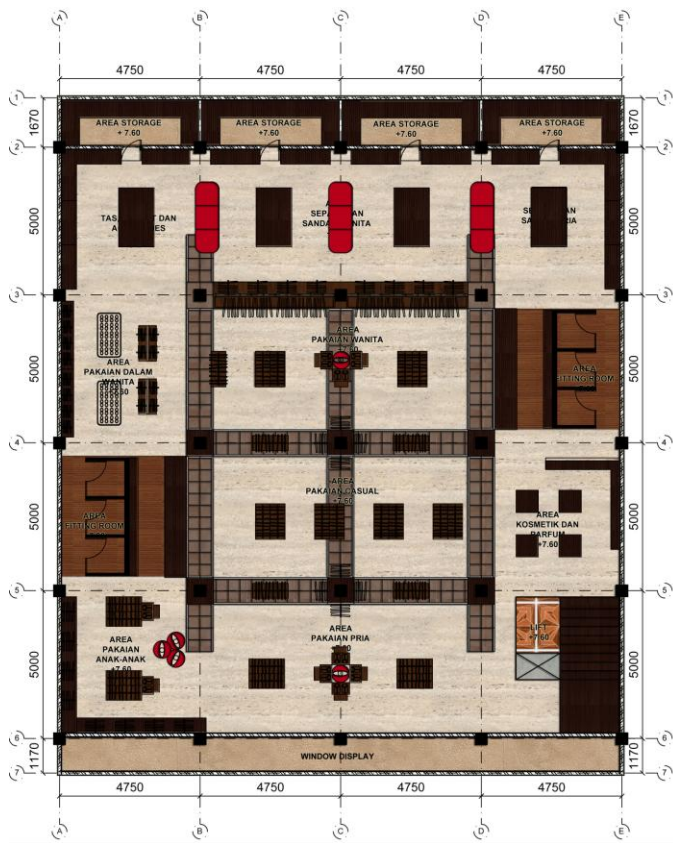
Beberapa area / spot terdapat filosofi atau sejarah suku – suku di kota Kendari. Hal tersebut didesain sedemikian



Gambar. 3. Layout Lantai 2 Supermarket Kendari. Pada area staff dibuat kubikal dan lebih simpel untuk mengutamakan fungsi dan pada ruang direktur terdapat ruang rahasia yang disamarkan dengan *wall panel*.

rupa sehingga konsumen yang datang tidak hanya melakukan pembelian produk atau bersantai, tetapi secara tidak langsung juga dapat mengedukasi pengunjung dan juga dapat melestarikan budaya suku – suku di kota Kendari. Misalnya pada beberapa dinding digunakan sebagai media untuk menceritakan ciri khas kota Kendari dan beberapa spot display untuk menarik perhatian pengunjung.





Gambar 4. Layout lantai 3 supermarket Golden Sweet. Banyak terdapat *spot display* untuk lebih menarik perhatian dan penempatan *fitting room* di belakang area kasir memberikan kesan lebih *private* kepada pengunjung.

Lantai 1 dan lantai 2 supermarket terdapat area restoran yang difungsikan sebagai tempat bersantai bagi para pengunjung supermarket.

Perancangan lantai 3 dikhususkan sebagai area penjualan pakaian atau butik yang menjual aksesories, pakaian anak-anak, pakaian wanita, pakaian pria, sepatu dan tas.

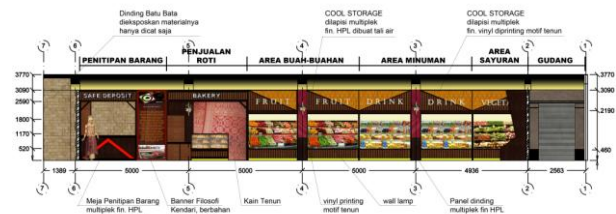
Pola lantai pada area ini dirancang lebih simpel untuk lebih menonjolkan *spot display*. *Spot display* dirancang menggunakan ornamen / motif dari suku di kota Kendari dan menggunakan warna yang lebih kontras dari pada display yang lainnya, sehingga *spot display* dapat menjadi *point of interest* di area butik tersebut. Pada lantai 3 juga terdapat *wall panel* yang juga menceritakan mengenai suku di kota Kendari.

Penempatan *fitting room* dibelakang area kasir memberikan kesan yang lebih *private* kepada para pengunjung, selain itu staff area butik juga memantau lebih baik para pengunjung yang hendak ke *fitting room*.

Pada desain supermarket Golden Sweet, terdapat kasir di setiap lantai, hal tersebut didesain untuk mempermudah pembelian barang, jadi pengunjung supermarket yang berbelanja di lantai 2 atau 3 dapat segera melakukan pembayaran, tanpa harus antri di kasir lantai 1, sehingga tidak terjadi antrian yang panjang di kasir lantai 1.

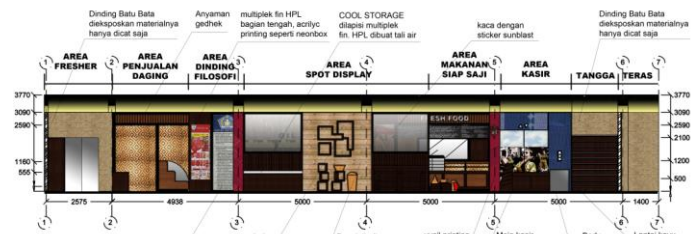
## B. Tampak Potongan

Jika memasuki area main supermarket, area penjualan yang kita lihat pertama kali adalah area penjualan buah, sayur dan minuman segar dengan sentuhan desain lemari storage yang dimodifikasi agar terlihat seperti khas rumah adat dari salah satu suku di Kendari dengan pemilihan material kayu finishing melamin. Dari potongan dibawah ini dapat kita lihat juga bahwa masyarakat Kendari memiliki ciri khas kain tenun yang diletakkan di beberapa kolom dan dinding.



Gambar 5. Potongan A-A'

Pada area-area tertentu terdapat spot-spot display yang mencerminkan ciri khas atau karakter dari suku serta kebudayaan di Kendari. Misalnya saja seperti dari tampak potongan kita melihat terdapat panel dinding yang menceritakan tentang kebudayaan dari suku tersebut. Hal ini difungsikan agar dapat mengedukasi para pengunjung dan melestarikan kebudayaan yang telah ada. Serta terdapat juga beberapa spot display penjualan yang dapat difungsikan sebagai area promosi yang juga berbahankan ciri khas dari Kendari.

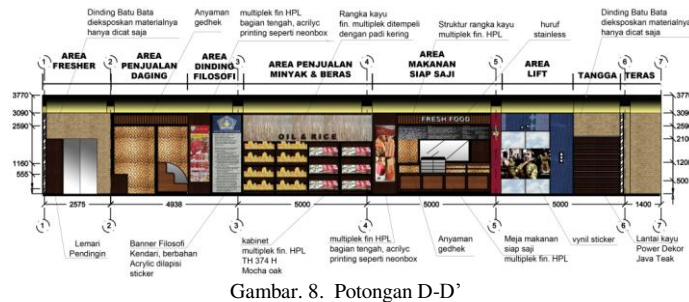


Gambar 6. Potongan B-B'



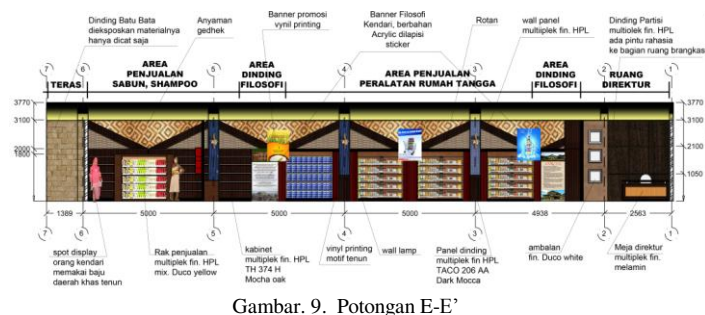
Gambar 7. Potongan C-C'

Dari potongan diatas, terdapat area penjualan minyak dan sayur dengan kabinet yang beratapkan padi, ini disesuaikan dengan mata pencaharian para suku-suku di Kendari yang suka bercocok tanam menanam padi. Serta beberapa dinding juga mengekspos material batu bata, agar memberikan kesan alami pada supermarket ini.



Gambar. 8. Potongan D-D'

Beberapa bentuk desain dan pemakaian material dan atau finishing-nya dibuat disesuaikan dengan ciri khas kota Kendari. Masyarakat suku di kota Kendari, mayoritas masih tinggal 'bersama' alam dan belum terlalu terpengaruh oleh teknologi modern, sehingga untuk pemakaian material dan atau finishing-nya menggunakan kayu. Selain itu terdapat beberapa spot display yang menggunakan motif kain tenun, anyaman gedhek pada beberapa kabinet.



Gambar. 9. Potongan E-E'

### C. Tampak Main Entrance



Gambar. 10. Tampak Depan Supermarket.

Pada Bagian Tampak depan atau *main entrance* supermarket, warna yang dipakai menggunakan ciri khas warna dari *corporate identity*-nya yaitu merah, kuning dan biru yang menggunakan material *aluminium composite*.

Namun di beberapa bagian juga menggunakan kayu dan batu bata yang mengekspos material, hal ini diupayakan agar khas kebudayaan kota Kendari terlihat juga dan untuk logo atau *brand image* perusahaan, diletakkan dibagian atas kanan dengan *background* kuning, agar logo terlihat lebih menonjol.

### D. Tampak Perspektif Rendering Interior

Seperti yang telah dijelaskan di beberapa penjelasan diatas, kali ini dapat dilihat bagaimana desain tersebut diaplikasikan secara 3D Rendering. Dari gambar diatas tersebut, *cool storage* pada *area fruit, drink and vegetables* dilapisi multiplex fin. HPL agar terlihat unsur Kendarinya. Namun yang membuat sentuhan berbeda adalah kombinasi warna kuning pada bagian atas *cool storage*. Pada logo Kendari warna kuning emas melambangkan kekuasaan, kejayaan, keindahan dan keharuman yang menyelimuti kehidupan masyarakat Kendari.



Gambar. 11. Perspektif area fruit, drink, and vegetables

Pada dinding-dinding di beberapa area terdapat spot display yang mengedukasikan filosofi Kendari kepada para pengunjung. Hal ini difungsikan agar para masyarakat menghargai kebudayaan Kendari dan dapat menarik para konsumen sekaligus *tourist* jika berkunjung ke supermarket tersebut.





Gambar. 12. Perspektif area fruit, drink, and vegetables

Dari gambar dibawah ini kita juga dapat melihat dengan jelas spot display yang diletakkan di beberapa area, spot display ini difungsikan juga sebagai salah satu media promosi jika ada sale atau acara-acara tertentu. Tentunya desain yang dibuat berunsurkan dengan ciri khas kota Kendari, agar desain dari supermarket ini memiliki sentuhan yang berbeda dari supermarket lainnya.

Untuk gambar disebelahnya merupakan gambar dari rak penjualan di area main supermarket. Bentuk dari rak tersebut diambil dari unsur pemerintah dan rakyat yang selalu seirama dalam menentukan gagasan kebutuhan hidup masyarakat yang bermakna kekeluargaan dan kegotong-royongan. Sehingga dibuat seperti bentuk tangga yang memuncak dibagian atasnya sebagai arti kehidupan masyarakat Kendari yang saling bahu-membahu.



Gambar. 13. Perspektif area main supermarket

Pada area penjualan daging segar mulai dari sapi, ikan, ayam, hingga babi. Pada area ini, terdapat satu ruangan yang berisikan lemari pendingin (*freezer*) yang menyimpan daging-daging pilihan dengan kualitas yang baik agar tidak rusak atau basi supaya dapat dikonsumsi para konsumen. Pada beberapa dinding-dinding tertentu juga terdapat spot display tempoh sebagai salah satu spot *focal point* agar terlihat unik,

serta pemakaian anyaman gedhek agar memberi kesan kebudayaan Kendari dapat terlihat.



Gambar. 14. Perspektif area penjualan daging segar

Di area penjualan makanan siap saji, area ini menjual makanan-makanan khas orang Kendari seperti sagu, es pisang hijau, dan sebagainya. Hal ini diupayakan agar supermarket ini memiliki ciri khas yang kental untuk dapat menarik para pengunjung dari lokal hingga *tourist* untuk berbelanja di Golden Sweet Supermarket di Kendari ini.

Jika disesuaikan dengan konsep dari kebudayaan para suku di Kendari, mereka memiliki beberapa persamaan dalam hal mempertahankan hidup yaitu dengan berladang dan bersawah. Oleh karena itu dari pemilihan warna, saya memilih menggunakan warna-warna coklat untuk pemilihan lantai dan perabot. Hal ini menggambarkan bahwa orang suku Kendari sangat mencintai alam.



Gambar. 15. Perspektif area makanan siap saji

Selanjutnya pada area kasir dilantai 3 terdapat kolom yang difungsikan sebagai salah satu media promosi dan spot yang menceritakan filosofi dari kebudayaan Kendari. Jika kita lihat pada gambar bagian *backdrop* kasir yang berbahan kayu finishing melamin, memiliki tambahan *accessories* tempoh

dan *hidden lamp* dibelakangnya untuk memberi kesan khas Kendari dengan sentuhan modern.



Gambar. 16. Perspektif area kasir lantai 3



Gambar. 17. Perspektif area *underware*

Pada gambar dibawah ini merupakan gambar area *underware*, dan gambar area penjualan sepatu, tas dan accessories jika dilihat hamper disetiap area kebanyakan selalu diapit oleh kolom-kolom. Beberapa kolom diberi kain tenun yang merupakan ciri khas dari suku Buton. Hal ini terjadi karena tenun merupakan pengejawantahan dari nilai-nilai yang hidup dan berkembang di dalam masyarakat. Nilai-nilai yang dianut antara lain: pemahaman terhadap alam, identitas dan stratafikasi social, cinta lingkungan dan merupakan nilai keyakinan.



Gambar. 18. Perspektif area tas, sepatu dan *accessories*

Dari desain yang saya buat, pada bagian atap backdrop saya menggunakan kombinasi antara multiplek finishing HPL dengan anyaman gedhek, secara konsep desain ini saya buat disesuaikan dengan rumah adat orang Kendari dan bukan secara analog serta merupakan stilasi dari kubah pada logo Kendari yang bermakna kejayaan yang gilang-gemilang bagi masyarakat. Dan untuk memberi kesan modern saya memberi tambahan panel kayu finishing HPL yang diberi garis-garis talis air dengan *hidden lamp* dibagian belakang supaya memberi kesan menarik pada barang-barang yang didisplay.



Gambar. 19. Perspektif area pakaian anak

Dari segi desain yang dibuat, pada area penjualan pakaian anak-anak dikombinasikan dengan warna kuning agar terkesan lebih ceria, sekaligus dengan tidak melupakan *brand image* dari supermarket Golden Sweet sendiri. Tentunya pada setiap area terdapat area *mannequin* untuk mendisplay pakaian, sekaligus menonjolkan beberapa spot yang juga merupakan ciri khas dari suku-suku di Kendari





Gambar. 20. Perspektif area pakaian wanita



Gambar. 21. Perspektif area pakaian kasual

Secara view keseluruhan, dapat dilihat bahwa plafon dari boutique dilantai tiga menggunakan kayu plaswood finishing melamin. Aplikasi desain ini memberikan kesan bahwa ruangan ini terlihat pendek, hal ini memang disengaja karena untuk memberikan kesan nyaman, tenang, dan sejahtera ketika berada di boutique tersebut. Seperti halnya lambang Kalosara pada masyarakat suku Tolaki yang bermakna kesejahteraan dan kejayaan masyarakat yang dijiwai oleh kesatuan dan persatuan.

## V. KESIMPULAN

Dengan perancangan desain supermarket Golden Sweet di kota Kendari, Sulawesi Tenggara, diharapkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan baik, dari kebutuhan konsumsi hingga kebutuhan untuk bersantai dan diharapkan pula supermarket Golden Sweet dapat menjadi *icon* kota Kendari. Selain itu dengan adanya supermarket Golden Sweet, kebudayaan kota Kendari dapat dilestarikan secara tidak langsung dan dapat mengedukasi masyarakat mengenai budaya kota Kendari.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan atas berkat dan bimbingan-Nya dalam menyelesaikan rancangan Tugas Akhir ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada keluarga yang sudah men-*support* saya hingga saat ini, kepada pihak Bapak Budi dan Ibu Melly, selaku pemilik sekaligus pimpinan *Golden Sweet* di kota Kendari, Sulawesi Tenggara, kepada pihak Dosen dan Pembimbing di Universitas Kristen Petra Surabaya, Mariana Wibowo, S.Sn, M.MT, Dody Wondo Dipl.Ing, Ir. Hedy C. Indrani, M.T, dan pihak – pihak lain yang sudah membantu secara langsung dan tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bean, Robert. *Lighting Interior and Exterior*. London: Architectural Press, 2004.
- [2] Beddington, Nadine. *Design for Shopping Centers*. London: Butterworth Scientific, 1982.
- [3] Ching, Francis D.K., *Ilustrasi Desain Interior*, terj. Ir. Paul Hanoto Adjie. Jakarta: Erlangga, 1966.
- [4] Ching, Francis D.K., *Arsitektur Bentuk, Ruang, dan Tataan*, terj. Nurahma Tresani Harwadi. Jakarta: Erlangga, 2000.
- [5] Gosaling, David and Barry Mialand. *Design and Planning of Retail Systems*. Great Britain: The Architectural Press Ltd, 1976.
- [6] Laurens, Joyce Marcella. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT. Grasindo, 2004.
- [7] Mills, Edward D. *Planning: Building for Education Culture and Science*. England: Newness Buttherworths, 1976.
- [8] Mun, David. *Shop a Manual Planning and Design*. London: The Architectural Press, 1981.
- [9] Neufert, Ernest. *Architects Data*. Great Britain: Crosby Lockwood and sons Ltd, 1970.
- [10] Neufert, Ernest. *Data Arsitek*, jilid 1 ed. 33, terj. Ing Sunarto Tjahjadi. Jakarta: Erlangga, 1996.



- [11] Neufert, Ernest. *Data Arsitek*, jilid 2 ed. 33, terj. Ing Sunarto Tjahjadi dan Ferryanto Chaidir. Jakarta: Erlangga, 2002.
- [12] Panero, Julius dan Martin Zelnik. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*, terj. Ir. Djoeliana Kurniawan. Jakarta: Erlangga, 2003.
- [13] Pegler, Martin M. *Designing the World's Best Supermarket*. New York: Visual Reference Publication Inc., 2002.
- [14] Pile. John. F., *Interior Design*. New York: Harry N. Abram, Inc., 1988.
- [15] Suptandar, J. Pamudji. *Desain Interior: Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Desain dan Arsitektur*. Jakarta: Djambatan, 1999.
- [16] Weishar, Joseph. *Design for Effective Selling Space*. USA: McGraw-Hill, Inc, 1992.